

Sportevenementen in Nederland

Sportevenementen in Nederland

» Paul Hover, Jerzy Straatmeijer en Koen Breedveld (red.)

ISBN 978-90-5472-299-1

NUR 480

Ontwerp en opmaak: Studiorvg, Rotterdam

Fotografie omslag: ANP Photo

Fotografie binnenwerk: Haagse Beeldbank (pagina 252), ANP Photo (overige foto's)

Drukwerk: PrintSupport4U, Meppel

Mulier Instituut

sociaalwetenschappelijk sportonderzoek

Postbus 85445

3508 AK Utrecht

T. 030-7210220

E. info@mulierinstituut.nl

I. www.mulierinstituut.nl

© 2014 Mulier Instituut, Utrecht/Arko Sports Media, Nieuwegein

Behoudens uitzondering door de wet gesteld mag, zonder schriftelijke toestemming van de rechthebbende(n) op het auteursrecht, c.q. de uitgever van deze uitgave door de rechthebbende(n) gemachtigd namens hem (hen) op te treden, niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of anderszins, hetgeen ook van toepassing is op de gehele of gedeeltelijke bewerking.

De uitgever is met uitsluiting van ieder ander gerechtigd de door derden verschuldigde vergoedingen voor kopiëren, als bedoeld in art. 17 lid 2. Auteurswet 1912 en in het KB van 20 juni 1974 (Stb. 351) ex artikel 16b., te innen en/of daartoe in en buiten rechte op te treden.

Voorwoord

De overheid en de sport investeren volop in sportevenementen. Daar is alle reden toe. Nergens wordt de kracht van sport zo tastbaar als bij een succesvol sportevenement. Zelf heb ik meer-malen de magie mogen ervaren van een tot de nok toe gevuld stadion, zegevierende sporters, concurrenten die hun teleurstelling verbijten en een publiek dat zich laat meevoeren: blijf daar maar eens koud onder. Een kolkende Kuip, 40.000 Nijmeegse Vierdaagse-wandelaars die op de 'Via Gladiola' luidkeels worden toegezongen: het kippenvel staat je op de armen.

Sportevenementen zijn altijd al belangrijk geweest, voor de sport en voor de betreffende samenleving. Denk aan de 'oude' Spelen van de Grieken en de Romeinse gladiatoren, maar denk ook aan de eerste wielervedstrijden en voetbalinterlands, of aan onze eigen Olympische Spelen van 1928.

In het tegenwoordige sportlandschap spelen sportevenementen een niet meer weg te denken rol. Met sportevenementen worden massa's mensen bereikt en geïnspireerd. Daarmee komen geldstromen op gang van waaruit de sport kan worden gefinancierd, wat op zijn beurt weer bijdraagt aan meer evenementen en media-aandacht. Zo helpen sportevenementen het vliegwieltje van de sport draaiende te houden.

Tegelijk signaleer ik ook dat sportevenementen de nodige discussies te weeg brengen. Wat leveren de benodigde investeringen de maatschappij nog meer op, hoe kunnen niet-economische effecten hierbij tot hun recht komen en wie profiteren nu echt van al die geldstromen? Ik vind het goed dat die vragen worden gesteld. Het is belangrijk dat beleidsmakers en belastingbetalers weet hebben van wat je met investeringen in sportevenementen kunt bereiken. Juist omdat ik geloof in de kracht van sportevenementen, ben ik er voor om feiten en fictie ten aanzien van dit onderwerp zo scherp mogelijk uit elkaar te houden.

Dank daarom aan het Mulier Instituut en de 'WESP' om te komen tot een *Brancherapport Sportevenementen*. Dank ook aan alle meewerkende auteurs voor hun diverse bijdragen. Het is bijzonder nuttig dat de actuele kennis over sportevenementen wordt gebundeld. Daarmee wordt een belangrijke stap gezet in de kennis- en beleidsontwikkeling op dit terrein, en ontstaan mogelijkheden om te zien hoe de markt voor sportevenementen zich ontwikkelt.

Ik wens een ieder veel plezier bij het lezen van dit prachtige boek. Ik hoop dat u die kennis paraat houdt als u in de aankomende tijd zelf participeert in een sportevenement, of over de financiering daarvan mag oordelen.

Harry Been

Voorzitter Commissie Kracht van sportevenementen

Inhoud

Samenvatting	12
I Inleiding	18
» Paul Hover	
» Fons Kemper	
» Koen Breedveld	
1.1 Van volksvermaak tot sportevenement	19
1.2 Sportevenementen anno 2014	20
1.3 Maatschappelijke betekenis?	24
1.4 Doelstelling en methodiek	26
1.5 Leeswijzer	27
2 Sportevenementen: vraag en aanbod	30
» Paul Hover	
» Koen Breedveld	
2.1 Aanbod: typen en aantal sportevenementen	31
2.2 De creatie van een sportevenement	38
2.3 Vraag: toeschouwers en deelnemers	43
2.4 Vraag: sportevenementen in de media	50
2.5 Vraag: houding van de bevolking jegens sportevenementen	54
2.6 Conclusie	59
3 Sportevenementenbeleid	66
» Jerzy Straatmeijer	
3.1 De aandacht voor sportevenementen in ontwikkeling	67
3.2 Sport als bron van inspiratie voor de samenleving	68
3.3 Het Nederlands sportevenementenbeleid in ontwikkeling	69
3.4 Sportevenementen als maatschappelijk instrument	71
3.5 Rijksinvesteringen in sportevenementen	76
3.6 Conclusie	77

4	Sportevenement als hefboom?	82
	» Paul Hover	
	» Jerzy Straatmeijer	
4.1	Soorten maatschappelijke effecten	83
4.2	Sportevenement als maatschappelijke hefboom.....	89
4.3	Uitdagingen	92
4.4	Conclusie	93
5	Sportevenementen: geldstromen en werkgelegenheid	98
	» Jerzy Straatmeijer	
	» Paul Hover	
5.1	Financiële stromen in de sport.....	99
5.2	Uitgaven overheid	100
5.3	Uitgaven bedrijfsleven: sponsoring.....	101
5.4	Uitgaven bezoekers.....	105
5.5	Werkgelegenheid	108
5.6	Conclusie	112
6	Ontwikkeling van sportevenementenonderzoek en de WESP	118
	» Willem de Boer	
	» Mark van den Heuvel	
6.1	Achtergrond en ontstaan van de WESP.....	119
6.2	Organisatie en activiteiten	121
6.3	Werkwijze.....	122
6.4	Evalueren van sportevenementen in de praktijk.....	125
6.5	Conclusie	128

7 Impact van sportevenementen: EIA versus MKBA 132

» Michiel de Nooij

7.1	Een sportevenement: overheidssteun of niet?	133
7.2	Economische-ImpactAnalyse (EIA)	136
7.3	EIA in de praktijk.....	138
7.4	Maatschappelijke Kosten-BatenAnalyse (MKBA).....	140
7.5	MKBA in de sportpraktijk.....	144
7.6	Afweging tussen EIA en MKBA	149
7.7	Conclusie	151

8 Waarderen van niet-marktgoederen 156

» Jerzy Straatmeijer

» Paul Hover

» Michiel de Nooij

8.1	Ongeprijsd maar niet onbelangrijk	157
8.2	Twee groepen methoden	158
8.3	Methoden op basis van geopenbaarde voorkeuren	160
8.4	Methoden op basis van uitgesproken voorkeuren.....	163
8.5	Ervaringen in natuur en cultuur.....	169
8.6	Conclusie	174

9 Maatschappelijke thema's 178

» Paul Hover

» Jerzy Straatmeijer

» Astrid Cevaal

» Hans Slender

9.1	Maatschappelijke thema's nader belicht.....	179
9.2	Evenementen onder de loep	198
9.3	Conclusie	202

10 Case: Rotterdam Sportstad?	208
» Astrid Cevaal	
10.1 Rotterdams sportbeleid.....	209
10.2 Topsportevenementenbeleid	212
10.3 Effecten topsportevenementen en side-events	220
10.4 Impressie unieke topsportevenementen	226
10.5 Conclusie	233
 11 Case: WK hockey 1998, goud voor de breedtesport?	 238
» Jerzy Straatmeijer	
» Paul Hover	
11.1 Hockey in een voetbalstadion	239
11.2 Beleid KNHB	241
11.3 Ontwikkeling hockeydeelname.....	243
11.4 WK hockey 2014.....	248
11.5 Conclusie	250
 12 Start Vuelta 2009: Spaans volksfeest in Drenthe.....	 254
» Hans Slender	
12.1 Vuelta start buiten Spanje.....	255
12.2 Politiek en de maatschappelijke doelstellingen.....	256
12.3 Drenthe even in Spaanse sferen.....	260
12.4 Economische en maatschappelijke effecten	262
12.5 Inzet op terugkeer van La Vuelta in Drenthe in 2015	267
12.6 Conclusie	268

13 Conclusie	274
» Paul Hover	
» Koen Breedveld	
» Jerzy Straatmeijer	
 Literatuur	 286
 Bijlage 1	 313
Respons Sport Evenementen Monitor.....	313
 Bijlage 2	 314
European Cities Monitor.....	314
 Bijlage 3	 316
Verblijfstoerisme Nederland en vier provincies 1998-2002.....	316
 Bijlage 4	 318
Onderzochte evenementen	318

13

Conclusie

» Paul Hover

» Koen Breedveld

» Jerzy Straatmeijer

Sportevenementen in Nederland

In het begin van de twintigste eeuw trokken sportevenementen als de Olympische Spelen weinig bezoekers en gingen zij aan velen voorbij. Sport werd in die tijd nog vooral gezien als iets voor jonge excentrieke mannen (Arnoldussen 1994). Ook overheden stonden op zijn zachtst gezegd kritisch tegenover het investeren van publiek geld in sportevenementen. Zo weigerde de Nederlandse regering een bijdrage te leveren aan de Olympische Spelen van 1928, en moest onder andere een loterij de benodigde middelen opleveren.

Dit tij is gekeerd. Tegenwoordig sluiten overheden en bedrijven tegen betaling van grote bedragen meerjarencontracten af met organisatoren van sportevenementen. Tienduizenden kleine en grote sportevenementen zorgen onder hordes Nederlanders jaarlijks voor ontspanning, inspanning en vertier. Onder die Nederlanders zijn tegenwoordig ook veel vrouwen: waar in de jaren zestig vrouwen als deelnemers bij hardlooppwedstrijden werden geweerd (Stokvis & Van Hilvoorde 2008; Van Bottenburg & Hover 2009), is met de opkomst van de populaire ladies runs het omgekeerde het geval (o.a. Vos et al. 2014). In tijden van het wegvallen van traditionele kaders (religie) en een gedigitaliseerde wereld komt het fysiek treffen in een sportieve setting voor velen tegemoet aan de behoefte aan 'echt' contact en een memorabele (sport)beleving. Anno 2014 zijn sportevenementen doorgedrongen tot de haarvaten van de Nederlandse samenleving.

Inmiddels vinden er in Nederland, buiten de reguliere competities om, jaarlijks ruim 600 'niet-reguliere' sportevenementen plaats. De meerderheid daarvan heeft een (inter)nationale uitstraling (Tour-starts, WK's etc.). Daar bovenop zijn er jaarlijks competitiewedstrijden van profs, semi-profs en amateurs, waaronder de 700.000 wedstrijden in het amateurvoetbal. 1.400 bedrijven en 4.000 personen verdienen er hun brood mee, 112.000 vrijwilligers investeren er hun kostbare tijd in.

Sportevenementen bezoeken is een populaire vrijetijdsbesteding. Per jaar bezoeken vier op de tien volwassen Nederlanders wel eens een sportevenement (live), als deelnemer of als toeschouwer. Dat zijn 5,2 miljoen personen die tezamen 77 miljoen bezoeken afleggen en daarbij ongeveer 1 miljard euro uitgeven (13% van alle uitgaven aan sport). Bij sommige (loop)evenementen is er zelfs sprake van een run op startbewijzen, zoals voor de fameuze Dam tot Damloop waarbij tienduizenden startbewijzen in anderhalf uur waren uitverkocht. Trekken

sportevenementen live al een miljoenenpubliek, via de media is dat bereik nog groter. Sportevenementen zijn een garantie voor aandacht in de media, zeker als daar Nederlanders acte de présence geven. Grote sportevenementen kunnen worden gezien als arena's van een nieuw nationalisme (Schnabel & De Hart 2008) die ertoe leiden dat Nederlandse topsportsuccessen collectief beleefd worden. Massa's Nederlanders zien zichzelf aan de buis gekluisterd bij voetbal- en schaatskampioenschappen en Olympische Spelen. Een recordaantal van 9,1 miljoen kijkers zag de halve finale van het WK voetbal 2014 tussen Nederland en Argentinië.

Het bezoek aan sportevenementen vindt echter niet alleen plaats als vrijetijdsbesteding. Langs de dranghekken en op de tribunes glore ook zakelijke en politieke kansen. Geen sportevenement van betekenis zonder een netwerkborrel, viparrangement of business meeting. Lokale sportevenementen zijn voor tientallen ondernemers vaak een goede gelegenheid om elkaar te treffen en bij mega-evenementen is dit belang nog groter. Tijdens de Spelen in Londen in 2012 reisden bijvoorbeeld 120 staatshoofden naar de Britse hoofdstad af (DCMS 2010). Tijdens, maar ook na en vóór het plaatsvinden van een sportevenement is de sport een geliefd gespreksonderwerp. Vele zakelijke professionals en politici weten met het ter sprake brengen van sportevenementen en -prestaties het ijs te breken, waardoor er een ongedwongen sfeer ontstaat. De mate waarin dat gebeurt gaat volgens *sportminded* politici nog niet ver genoeg. Zo pleitte minister Timmermans (Buitenlandse Zaken) in juni 2014 nog voor het beter benutten van deze kracht van sport(evenementen) door Nederlandse politici. Voetbaldiplomatie zou volgens de PvdA'er drempelverlagend werken en een persoonlijk contact in de hand werken.¹

Het grote en rijke aanbod van sportevenementen in ons land en de miljoenen deelnemers en volgers daarvan waren er niet geweest zonder overheden die inzetten op sport(evenementen). Al in de jaren tachtig was de overheid betrokken bij sportevenementen – denk aan het (verloren) bid voor de Olympische Spelen van 1992 – maar het jaar 2000 markeert een kentering in het Nederlands sportevenementenbeleid. De succesvolle organisatie van Euro 2000 en de goede prestaties tijdens de Olympische Spelen in Sydney (8^e in het medailleklassement) leidden ertoe dat politici en sportbeleidsmakers zich beraadden over het vaker organiseren van topsportevenementen in Nederland. In 2009 leidde dit tot het Olympisch Plan 2028, en tot het uitspreken van de ambitie om de Olympische Spelen wederom naar Nederland te halen. Die ambitie is met het kabinet-Rutte II inmiddels verlaten, maar het Beleidskader Sportevenementen dat het Rijk eind 2013 afkondigde en het optuigen van de netwerkorganisatie 'Kracht van sportevenementen' getuigen ervan dat sportevenementen een belangrijke rol wordt toegedicht in het sportbeleid. Het Rijk investeerde de afgelopen jaren jaarlijks gemiddeld 4,7 miljoen euro in sportevenementen. Daarnaast investeren sommige gemeenten (zoals Rotterdam) en sommige provincies (zoals Noord-Brabant en Gelderland) in sportevenementen. De gezamenlijke financiële investeringen van overheden in sportevenementen worden geschat op 30 miljoen euro per jaar.

Sportevenementen: pas op de plaats

Een kenmerkend element van sportevenementen is het vermogen om mensen mee te slepen in een collectieve emotie. Of het nu gaat om intense blijdschap of verdriet, het bijwonen van sportevenementen wordt niet zelden ervaren als een bijzondere belevenis. Bezoekersaantallen en tevredenheidscijfers weerspiegelen dat sportevenementen in die zin voldoen aan een grote behoefte, een behoefte die door filosofen en sociologen veelal wordt geduid in termen van individualisering of een zoektocht naar 'authenticiteit' (zie ook De Boer et al. 2013). Maar ook politici en beleidsmakers zijn gevoelig voor die beleving en laten zich snel verblinden door de *magic dust*² die sportevenementen aantrekt. In de wens om het evenement gefinancierd te krijgen én binnen te halen wordt makkelijk een *fever of expectations* (Mean et al. 2004) opgebouwd. In verantwoordingen achteraf wordt met graagte gekapitaliseerd op de vele mooie momenten die het evenement heeft opgeleverd.

Toch waarschuwen wetenschappers niet zelden voor overtrokken verwachtingen. Terecht stelt hoogleraar sportontwikkeling Van Bottenburg (2009) over de maatschappelijke betekenis van sport(eventementen) dat deze "*easy to see, hard to prove*" is. Het is gemakkelijk om op basis van de vele mooie plaatjes en indrukwekkende bezoekersstromen overtuigd te raken dat het betreffende evenement veel voor de maatschappij betekent. Die betekenis schragen met wetenschappelijke bewijsvoering is een ander verhaal. Veel effecten van sportevenementen zijn 'verborgen' en laten zich niet eenvoudig duiden. "*In a sense sport is a collective noun which hides much more than it reveals*" (Coalter 2007; 7). De Oranjegekte die losbarst bij EK's, WK's of de Elfstedentocht getuigt van een brede waardering voor topsportprestaties en voor grote sportevenementen (o.a. Elling et al. 2014). Sportprestaties behoren al jarenlang tot de belangrijkste zaken die maken dat Nederlanders zich trots voelen op hun land. Bovendien geven ze aanleiding tot allerlei vormen van contact en uitwisseling, wat de cohesie ten goede komt (Breedveld 2003). Tegelijk leiden uitzonderlijke prestaties maar kortstondig tot stijgingen in ervaren trots, en is onhelder of (hoe) gevoelens van verbondenheid zich vertalen in een duurzamere verbondenheid, stabielere relaties, sterkere netwerken en minder eenzaamheid en sociale isolatie – laat staan dat daar een waarde aan kan worden toegekend (psychisch, sociaal, economisch; aannemende dat die waarde er is). Nederlanders betuigen zich ook kritisch als ze gevraagd wordt of er meer moet worden geïnvesteerd in topsport. Niet gespeend van gelijkmatigheid vindt men topsport wel van belang, zo lang het maar niet ten koste gaat van de breedtesport.

'Ik rook niet, ik sport', zo luidde de slogan van een overheids campagne uit de jaren tachtig. De fysieke (en geestelijke) gezondheid is gebaat bij een verantwoorde levensstijl, met voldoende beweging, niet roken en een matig alcoholgebruik. Sportevenementen kunnen daarbij mogelijk van betekenis zijn door het promoten van een gezonde levenswijze. Anderzijds dienen die ambities gematigd te worden. De bierkraan stroomt bij menig sportevenement immers goed door en snack- en snoepfabrikanten behalen hun topomzetten juist daar. De mate waarin sportevenementen aangewend worden om de gezondheid van betrokkenen te stimuleren en tot welke resultaten dat leidt is grotendeels onontgonnen onderzoeksterrein.

Overheden die investeren in (top)sportevenementen geven frequent aan dat zij dat doen om het 'Bruto Nationaal Tekort aan Beweging' (Vanreusel 2006) te bestrijden. Maar leiden (top-)sportevenementen wel tot een groei van de (recreatieve) sportdeelname onder de bevolking van een land of regio? Naar dit thema is relatief veel onderzoek gedaan. Dat onderzoek laat zien dat er vaker geen stijging als gevolg van het sportevenement is dan wel. Indien er sprake van een stijging is, zoals een toename van hockeyers na het WK in Utrecht in 1998 (zie hoofdstuk 11), dan is dit vaak een groei die anders ook gerealiseerd zou zijn – zij het wat later – of een continuering van groei die reeds voor het evenement ingezet was. In Groot-Brittannië groeit het aandeel sporters sinds het winnen van het olympisch bid voor de Spelen van 2012 in 2005 nauwelijks, ondanks een geolied evenement, nationale topprestaties en een gigantisch aantal sportstimuleringscampagnes.

Sportevenementen blijken met name te appelleren aan de wensen van sporters: op jaarbasis bezoekt 48 procent van de sporters een sportevenement, tegenover achttien procent van de niet-sporters (Hover & Romijn 2012). Sportevenementen kunnen wel bijdragen aan vaker sporten of sporters overhalen van sport te wisselen. Daarnaast zijn sportevenementen een middel om binnen een sport een gezamenlijk doel en richtpunt te hebben, en bij te dragen aan de infrastructuur van een sport (kader, verenigingen, bondsbureau). Overigens zijn er maar weinig onderzoeken die zich expliciet op dit punt hebben gericht, en is de bewijsvoering dat evenementen deze functie inderdaad vervullen nog mager.

Economische-impactstudies, waarvan het gros de richtlijnen van de WESP volgt (zie hoofdstuk 6), tonen doorgaans aan dat een sportevenement een betekenisvolle economische impact kan hebben voor de regio. Met name als veel deelnemers en bezoekers van buiten de regio het evenement bezoeken en na of voor het evenement hun verblijf verlengen, kan de economische impact hoog oplopen. Doorgaans zijn deze onderzoeken echter niet gericht op het meten van misgelopen inkomsten, bijvoorbeeld doordat bezoekers een regio vanwege het evenement mijden en bewoners de regio verlaten (*crowding out*). Ook wordt in economische-impactstudies vaak niet duidelijk dat er net als in de sport ook economisch gezien 'winnaars' en 'verliezers' zijn. Met name overheden die fors moeten investeren in nieuwe voorzieningen lopen al snel de kans tot de verliezers te gaan behoren, vooral als die investeringen niet een breder doel kunnen dienen. Toch blijkt uit studies ook dat sportevenementen een regio profiel kunnen geven, broodnodig in een ontwikkeling waarbij regio's (en zeker binnensteden) meer op elkaar gaan lijken. Een verandering van het imago of een 'intentie tot terugkombezoek' laat zich echter moeizaam concretiseren in grotere toeristenstromen of bedrijfsvestigingen, en hun navenante economische betekenis.

Sportevenementen kunnen een katalyserende werking hebben op de realisatie van (sport-)accommodaties en infrastructuur. Het blijkt echter een uitdaging om (sport)accommodaties en infrastructuur toekomstbestendig en exploitabel te maken. Het koppelen van een sportevenement aan dergelijke projecten wordt daarom ook wel als een *high risk route* beschouwd

(Miah & García 2012), temeer omdat de haast die er vaak is (de deadline van het evenement!) de kwaliteit van de beslissingen niet per se ten goede komt (teveel *top down* en te weinig *bottom up*). In onbruik geraakte gebouwen (*white elephants*), zoals de sportaccommodaties van de Olympische Spelen van 2004 in Athene (en wellicht straks ook Zuid Afrika 2010, Peking 2012 en Sotsji 2014), zijn velen een doorn in het oog. Menig criticus vraagt zich af waarom er een sportevenement nodig is om de infrastructuur aan te pakken en accommodaties te bouwen. 'Heb je die nodig? Bouw ze dan, zonder evenement!' is hun redenering. Ook wijzen zij op *post-event*-transformaties. De eisen waaraan accommodaties en infrastructuur dienen te voldoen voor het evenement zijn zelden identiek aan de eisen die er voor het gebruik daarna aan gesteld worden. In die gevallen zal er na het evenement extra geïnvesteerd dienen te worden in (dure) aanpassingen, zoals bijvoorbeeld bij het olympisch stadion van de Spelen van 2012 in Londen het geval was. Aan de andere kant staan de succesverhalen, zoals de rol van de Olympische Spelen in de revitalisering van Barcelona (1992) en Oost-Londen (2012) en accommodaties die ook na het evenement van betekenis blijven (zoals het Olympisch Stadion uit 1928(!), of recenter het Pieter van den Hoogenband zwembad uit 2008).

Nog weinig onderzoek is er gedaan naar de mate waarin sportevenementen het milieu belasten of juist als voorbeeld kunnen dienen voor duurzaam ondernemen. Door de toegenomen aandacht voor dit thema en een relatief nieuwe onderzoeksrichtlijn van de WESP kan dit onderzoek een vlucht gaan nemen. Hetzelfde geldt voor effecten op het vlak van kennisontwikkeling en educatie. Beide thema's zijn witte vlekken wat onderzoek betreft.

Beleid en management

Er is, kortom, veel geloof in de kracht van sportevenementen, maar dat geloof wordt nog niet altijd geboekstaafd met wetenschappelijke evidentie. Het is daarbij belangrijk om in het gegoochel met getallen niet te vergeten dat sportevenementen maar een beperkt segment vormen van wat burgers doen en ervaren in hun vrije tijd. Tegenover de 77 miljoen sportevenementenbezoeken staan ook 580 winkelbezoeken en 423 miljoen uitgaansavonden. Tegenover de 4,6 miljoen kijkers naar de gouden race van Sven Kramer in Sotsji stonden ook 0,5 miljoen meer kijkers naar de finale van het Eurovisie Songfestival dat jaar (met de Common Linnets!). In dezelfde lijn doorredenerend stellen we ook vast dat de 30 miljoen die overheden naar schatting uitgeven aan sportevenementen een fractie bedragen van wat diezelfde overheden in totaal investeren in sport (geschat 1,7 miljard); of van wat de overheid investeert in gezondheid.

Sportevenementen zijn, met andere woorden, geen wonderolie. Een duurzaam evenementenbeleid is niet gebaat bij overspannen verwachtingen. De sportevenementenbranche staat hierin niet alleen, ook in andere branches kunnen de verwachtingen over producten oplopen (Sharp 2010). Gebaseerd op de in dit boek beschreven onderzoeken kunnen de volgende aandachtspunten voor de toekomst geschetst worden om de kracht van sportevenementen ten volle te benutten.

In de eerste plaats is dat de erkenning dat de kracht van sportevenementen voor een belangrijk deel schuilt in het evenement zelf, als happening voor deelnemers, bezoekers, sponsors, vrijwilligers en tal van anderen. De emotie die sportevenementen kunnen losmaken is hun kracht. Daarin schuilt echter tevens een valkuil, omdat het te vaak leidt tot wensdenken. Er is alle reden, in de woorden van Coalter (2007; 7) *“to think more clearly, analytically and less emotionally about sport and its potential”*. Evenementenorganisatoren en sportbeleidsmakers dienen zich nadrukkelijker rekenschap te geven van de doelen die ze met de evenementen wensen te bereiken, en wat die betekenen voor het type evenement dat men wenst te organiseren en de wijze waarop men dat evenement inbedt in een breder en langer lopend beleid. Een goed voorbeeld van dat laatste was het WK hockey 1998, dat paste in een beleid van de hockeybond dat al veel eerder was ingezet.

Ten tweede, en aanhakend op het eerste punt: positieve maatschappelijke effecten ontstaan niet automatisch (Taks et al. 2014). Sportevenementen kunnen energie en middelen losmaken om thema's te benoemen en onder de aandacht te brengen. Maar het zijn juist de aanpalende activiteiten die vanuit maatschappelijk perspectief interessant zijn, en niet zozeer het evenement zelf (o.a. De Groot & Duijvestein 2013; Taks et al. 2014). Het evenement zelf is niet meer dan een druppel inkt, waarvan de kleur oplost als die in een emmer water valt. Meer gerichte activiteiten rondom het evenement moeten ervoor zorgen dat meer druppels uiteindelijk kleur gaan geven aan het water, maar dan moet die ruimte er wel zijn. Er moet, kortom, voldoende balans zijn tussen het sportevenement en de diverse activiteiten gericht op de *legacy* (veelal: side-events). De werkelijkheid is, keer op keer, dat het evenement (met al zijn deadlines, hoogtepunten en media-aandacht) als een *'greedy institution'* energie opzuigt en weinig ruimte laat voor investeringen in *legacy* (zeker niet na afloop van het evenement). Eindverantwoordelijken worden aangesteld voor de totstandkoming van het evenement, maar de verantwoordelijkheid voor de realisatie van positieve maatschappelijke doelen (als die al geformuleerd zijn) lijkt op zijn best vaak gedeeld, maar meestal afwezig. In het geval van de Spelen van 2012 was dat niet anders (Hughes 2013). En een jaar ná de Spelen is de nationale overheid in Groot-Brittannië er allerminst van overtuigd dat de potentie van het mega-evenement goed benut wordt en wordt er achteraf op gewezen dat er eigenlijk al ver vóór de Spelen een *'Minister for the Games Legacy'* aangesteld had moeten worden (House of Lords 2013; Hughes 2013). De ervaring met en kwaliteit van *event-management* contrasteert met die op het gebied van *legacy-management*. Draaiboeken voor *legacy-management* zouden net als organisatorische draaiboeken voor *event-management* gemeengoed dienen te zijn op het moment dat er aan een sportevenement maatschappelijke doelen gekoppeld zijn.

In de derde plaats verdient het sportevenementenbeleid meer samenwerking, kennisdeling en wellicht ook meer focus. In dit kader zijn reeds goede stappen gezet: Nederland profileert zich internationaal steeds vaker als collectief, als land waar (top)sportevenementen van hoog niveau georganiseerd kunnen worden. Organisatoren van evenementen en andere betrokkenen (gemeenten, bonden, bedrijfsleven) kunnen nog meer van elkaar leren. Qua evene-

mentenorganisatie, maar ook bij het inzetten van die evenementen om maatschappelijk (extra) van betekenis te kunnen zijn (Frawley 2013). Met de Modelaanpak Evenementen, het Platform Evenementenmanagers van NOC*NSF, de zojuist ingestelde Commissie Sportevenementen van de netwerkorganisatie 'Kracht van sportevenementen', het ontwikkelen van handboeken en richtlijnen en de strategische overleggen die de sportkoepel over sportevenementen belegt is hiervoor een stevige basis gelegd. Daarnaast dient er wellicht beleid te worden ontwikkeld zodat de focus scherper wordt: Op welke terreinen willen we met welke evenementen (sporttakken?) excelleren? En hoe maken we hierbij optimaal gebruik van bestaande voorzieningen? Afstemming blijft daarbij geboden, omdat het nationaal belang niet altijd gebaat is bij een overmatige concurrentiestrijd tussen provincies en steden (zelfs een waterland als Nederland schiet niet veel op met meerdere zwem- en ijsstadions van internationale allure). Hoe verloopt daarin de besluitvorming, welke strategische stappen zijn daarin essentieel en welke acties zijn gevraagd om daarin adequaat te kunnen opereren? De samenstelling en het onderhouden van een nationale 'Sportevenementenkalender', waarin bonden en gemeenten hun intenties op elkaar afstemmen, is daarin een waardevolle stap.

Ten vierde: grote, internationale sportevenementen zoals EK's en WK's zijn niet per definitie aantrekkelijker dan kleinere evenementen. Rechtenhouders van grote sportevenementen, zoals de FIFA en het IOC bedingen privileges en voorwaarden die in strijd zijn met nationale belangen en daarom soms slecht vallen in de publieke opinie (denk aan de discussies over een bid voor het WK voetbal 2018). Het beleid lijkt tot op heden vooral naar de grote evenementen te gaan (*big is beautiful?*). Toch breken Taks et al. (2014) een lans voor middelgrote of kleinschalige evenementen, omdat die minder grote investeringen vergen in accommodaties en infrastructuur en beter aansluiten op lokale behoeften en processen, en partijen daarin kunnen meenemen. *Legacy* ontstaat bij de gratie van de inspanningen van derden (verenigingen, scholen, welzijnsinstellingen, bedrijfsleven). *Legacy* gedijt slecht bij het opleggen van blauwdrukken, en floreert als er ruimte is voor vertaling en een eigen inbreng. Die aansluiting vindt primair lokaal plaats, en is bij een lokaal evenement beter te organiseren dan bij een evenement waarin de focus vooral ligt op het buitenland.

Ten vijfde: sportevenementen staan daarnaast voor de opgave om het *excitement* en het elan van de topsport te vertalen naar programma's die niet-sporters inspireren. Bij het bezoek aan een sportevenement overheersen de (eigen) sporters. Daarmee preekt de sport vooral voor eigen parochie. Op zich is dat niet betekenisloos, maar als de doelstelling blijft om ook niet-sporters aan te zetten tot sportdeelname, dan vergt dat een andere insteek en benadering (meer aandacht voor andere zaken dan de sportprestatie, meer uitleg, meer nazorg, meer derden betrekken bij het proces, meer aandacht voor de *legacy*). Met name ex-sporters lijken hierbij een kansrijke groep te vormen (Weed 2009).

Onderzoek

Het belangrijkste instrument ter bevordering van het evenementenbeleid is echter ongetwijfeld de kennisbevordering. Ten aanzien van sportevenementenonderzoek liggen er uitdagingen in het verschiet, zoals dit brancherapport heeft laten zien. Hoewel er onder de noemer van de WESP al belangrijke stappen zijn gezet op het terrein van kennisuitwisseling en de totstandkoming van richtlijnen,³ zijn er nog kennishiaten en onbenutte kansen waardoor beleidsvormingsprocessen voor sportevenementen niet optimaal gevoed worden (Richards & De Brito 2013; Coalter 2007; Van Bottenburg et al. 2012). Ten aanzien van onderzoek signaleren we de volgende aandachtspunten:

De eerste is het nader verkennen van de mogelijkheden om zachte effecten te meten (stap 1) en in geldbedragen uit te drukken (stap 2). Het is paradoxaal dat zachte (of niet-tastbare) effecten vaak worden nagestreefd, maar bij evaluaties of prognoses onderbelicht of afwezig blijven. Waar dat toe kan leiden is genoegzaam bekend.⁴ Het sportevenementenbeleid is gebaat bij een beter beargumenteerd verhaal over hoe de kracht van sportevenementen de hele maatschappij ten goede komt, en niet alleen de sportliefhebber (of bepaalde spelers binnen de sport!). Het is wenselijk dat er een nadere verkenning plaatsvindt ten aanzien van het kwantificeren en (financieel) waarderen van deze effecten. Een minimumvariant lijkt het meten van de mate waarin effecten optreden in een MKBA (stap 1). Het uitvoeren van pilots rondom het moneteriseren van deze effecten is daarop een aanvulling (stap 2).

Het tweede aandachtspunt is de thans vigerende praktijk om vooral te focussen op *quick wins* op de korte termijn. In het onderzoek strekt het blikveld doorgaans niet verder dan de dagen of weken na afloop van het evenement. Met name voor het onderzoek naar *legacy* is die tijdspanne te kort. Veel effecten die met evenementen worden nagestreefd, hebben juist betrekking op die langere termijn (economie, toerisme, citymarketing). Goed onderzoek hiernaar heeft dus baat bij een langere tijdspanne, bijvoorbeeld van één of enkele jaren.⁵ Dat gaat grotendeels voorbij aan de belangen en mogelijkheden van het individuele evenement, maar dient wel het collectieve belang van het evenementenbeleid. Voor die situatie zou een voorziening moeten worden geschapen die het mogelijk maakt om ook langeretermijneffecten van evenementen tot onderwerp van onderzoek te maken.

Langs dezelfde lijn: in het onderzoek overheersen nu zogeheten 'economische-impactanalyses' (EIA's), simpelweg omdat daar helderder richtlijnen voor zijn ontwikkeld en omdat ze snel en goedkoop zijn uit te voeren. Economen dragen echter aan dat een MKBA een vollediger en nauwkeuriger inzicht biedt in de kosten en baten van een evenement (zie hoofdstuk 7). Hiervoor ontbreken vaak de tijd en de middelen (en de wil?⁶). Het evenementenbeleid is ermee gebaat dat er meer gelegenheid wordt geschapen om MKBA's uit te voeren, om zo het debat over de wenselijkheid en de maatschappelijke waarde van sportevenementen te voeden.

2028: sportevenementen van olympisch niveau

De Olympische en Paralympische Spelen in 2028 in Nederland. Dat zou honderd jaar na de Spelen van Amsterdam zijn, waarvoor destijds nog Rijkssubsidie in de Tweede Kamer werd weggestemd. Voor die sportieve droom bestaat momenteel geen politiek draagvlak. Wat wel een lonkend perspectief is en blijft, is de organisatie van sportevenementen ‘van olympisch niveau’, op de manier zoals deze term in het Olympisch Plan 2028 is gebruikt. Namelijk als metafoor voor hoge kwaliteit, excellent georganiseerd en met een positief maatschappelijk effect. Sportevenementen die ook aansluiten bij de associaties die Nederlanders hebben bij het olympisch gedachtegoed: sportiviteit, meedoen, verbroedering en saamhorigheid (Hover & Van der Werff 2014). Sportevenementen die niet alleen rond de evenementenperiode waardevol zijn en zo zorgen voor een tijdelijke (economische) piek – zogenaamde *intermezzo legacy* (Spilling 1998) – maar ook in de aanloop er naartoe en in de periode daarna van maatschappelijke waarde zijn gebleken – ook met het kritische oog van de wetenschap. Sportevenementen waarbij om medailles gestreden wordt, maar waarbij tegelijkertijd gestreefd wordt naar maatschappelijk goud.

Beleidsmakers, evenementenorganisatoren en hun partners zetten in op deze ambitie, zo blijkt uit dit boek. De kennis over het maatschappelijk inzetten van sportevenementen is groeiende. Side-events en evaluatief onderzoek worden voorwaardelijk gesteld aan subsidieverlening en er is bewijs voor wenselijke effecten zoals het aantrekken van extra bestedingen en het ontstaan van gevoelens van trots.

Naast de geleverde prestaties liggen er evenwel de nodige uitdagingen in het verschiep. Zonder op de prachtige emoties die sportevenementen opwekken te bekribbelen, is het wenselijk dat in het streven naar een positieve maatschappelijke spin-off rationeler wordt gedacht. Sportevenementen zijn aantrekkelijk voor sporters, sportprofessionals en sportvolgers, maar om (meer) maatschappelijk toegevoegde waarde te bieden is het van belang dat er meer verbindingen worden gelegd (milieu, onderwijs, cultuur!). Evenementen en side-events leiden niet vanzelf tot een positieve spin-off, maar bieden perspectief als die gericht zijn op het aanpakken van de oorzaken van maatschappelijke problemen. *Last but not least* verdient het streven naar maatschappelijke winst of *legacy* net als sportevenementen zelf een draaiboek en een eindverantwoordelijke. Gezien de ambities van professionals in de Nederlandse sportevenementenindustrie en het stevige *track record* dat inmiddels is opgebouwd, moet dat ertoe kunnen leiden dat sportevenementen in Nederland in 2028 inderdaad van olympisch niveau zijn, en in de sport en in de maatschappij gewaardeerd worden voor de functie die ze vervullen.

Noten

1. NOS (2014). Timmermans wil voetbaldiplomatie: nos.nl/artikel/666428-timmermans-wil-voetbaldiplomatie.html. Geraadpleegd op 25 augustus 2014.
2. De term '*magic dust*' in relatie tot sportevenementen is afkomstig van de Britse socioloog Barry Houlihan. Houlihan doelde daarmee op het feit dat van sportevenementen een soort magie uitgaat, die maakt dat mensen zaken in een ander (rooskleuriger) daglicht gaan zien.
3. Zie hiertoe hoofdstuk 6.
4. De kwantificering en monetarisering van zachte effecten werd door de bureaus Rebel en Arup (2011) achterwege gelaten bij hun verkenning van de maatschappelijke kosten en baten van de Olympische en Paralympische Spelen 2028. Het is niet verrassend dat een dergelijk uitgangspunt tot een negatief saldo (van circa 1,5 miljard euro) leidt. Een dergelijk verlies was koren op de molen van tegenstanders van het Olympisch Plan 2028.
5. Catalanen beoordeelden de betekenis van de Olympische Spelen van 1992 tien jaar na dato veel positiever dan drie jaar na dato (zie Van Bottenburg et al. 2012).
6. Aan de keuze voor een MKBA kleeft een uitdaging: "*the choice of particular methodologies (e.g. (...) economic impact or cost-benefit analysis) reflects political rather than research needs*" (Coalter 2007; 160).